

УДК 338.137

О.А. Кучабська, М.П. Галушчак канд.тех.наук, доц.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ АВТОСЕРВІСУ

О.А.Kuchabska, M.P. Halushchak, Ph.D., Assoc. Prof.

FORMATION AND PROSPECTS OF THE AUTO SERVICES MARKET

Незважаючи на складну економічну ситуацію у країні автомобільний транспорт залишається одним із основних видів транспорту, який виконує більшу частину вантажних та пасажирських перевезень. Тому зараз, особливо актуальною є задача технічної служби автотранспортних підприємств – підтримувати рухомий склад у технічно справному стані [3].

В Україні ринок сучасних послуг ремонту та обслуговування автомобілів формувався під впливом: низького рівня організації обслуговування, нераціональної виробничої структури автосервісу, низького рівня якості послуг, відсутності індивідуального підходу до клієнтури, а також значних втрат часу на обслуговування автомобілів.

Через підвищення конкурентної боротьби та європейської інтеграції ринок послуг на СТО розвивається в напрямку індивідуального підходу, типізації дій, інтеграції основних процесів і автоматизації операцій. Це привело до вдосконалення бізнес-процесів, структурної реконструкції елементів систем автосервісу, розвитку відносин на новому якісному рівні. Досвід свідчить, що ці процеси пов'язані із залученням інноваційних технологій, внаслідок чого виникають і розвиваються проекти нових масштабів [2].

На сучасному етапі розвитку для автосервісних підприємств вагомим є повсякчасний аналіз тенденцій розвитку ринку послуг з ремонту та технічної підтримки працездатності автотранспортних засобів. На кожній сучасній станції технічного обслуговування автомобілів доцільним є впровадження моніторингу запропонованих послуг, проведення оцінок рівня конкурентоспроможності своїх послуг та найближчих конкурентів, а також вибір альтернатив для розробки програм стратегічного розвитку [1].

Для розвитку ринку автосервісних послуг доцільно реалізовувати заходи з підвищення якості професійних послуг, скорочення часу виконання замовлень, диверсифікації виробництва (послуг). Застосування гнучкої цінової політики, маркетингу послуг та підвищення загальної культури та репутації СТО дають можливість підприємствам зміцнити свій рівень конкурентоспроможності і піднятися на наступний щабель розвитку [4].

Література

1. Канарчук В. Є., Лудченко О. А., Барілович Л. П. и др. Організація виробничих процесів на транспорті в ринкових умовах.-К.: Логос, 1996.- 348 с.
2. Оптимістичні прогнози авторинку // Автотранспорт: експлуатація, обслуговування та ремонт. – 2010. – № 4. – С. 13-14.
3. Проблеми регулювання ринку транспортних послуг/ А. Міщенко // Правовий тиждень. 2008. – № 30.–31.
4. Перспективи транспортних послуг / Маруніч В.С. –НАН України, 2008. – С. 88–90.